

Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2001-1227

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Kotajärvi, Anne Mari			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Suomi-kuva saksalaisessa lehdistössä: mitä ja miten Suomesta puhuttiin osana maailmannäyttelyuutisointia			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2001-09-05	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 111
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, mitä ja miten Suomesta puhuttiin saksalaisessa lehdistössä maailmannäyttely EXPO2000:n yhteydessä. Tarkoituksena oli kiinnittää huomiota siihen, miten Suomen viestintästrategian kohdealueet ja suomalaiset partneryritykset saivat huomiota, mitä uutisoinnissa painotettiin ja millaisilla puhetavoilla Suomesta puhuttiin.</p> <p>Aineiston muodostivat lehdistöseurannan avulla saadut lehtijutut vuosilta 1998-2000. Mukaan otettiin jutut, joissa oli mainittu sekä maailmannäyttely että Suomi. Yhteensä juttuja oli 1707. Aineiston analyysissä käytettiin kahta menetelmää, sisällön analyysia ja diskurssianalyysia. Sisällön analyysin kohteena oli koko aineisto, diskurssianalyysiin valikoituivat 15 kooltaan suurta juttua, jossa Suomi oli kirjoittelun pääkohteena.</p> <p>Tutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä toimi sosiaalinen konstruktionismi, jonka mukaan tieto todellisuudesta välittyy ja muotoutuu sosiaalisissa prosesseissa (Berger & Luckmann 1994, 226). Tässä tutkimuksessa suomalaisuus käsitetään todellisuuden rakennelmana, ei siis objektiivisena ilmiönä.</p> <p>Tutkimuksen kohteena on saksalaisen lehdistön tarjoama kuva suomalaisuudesta.</p> <p>Sisällön analyysin mukaan viestintästrategian kohdelaueiden huomio vaihteli hieman yli 8 prosentista alle prosenttiin aineiston teksteistä. Eniten huomiota sai viesti Suomesta kommunikaation ja tietoyhteiskunnan maana. Vähiten huomiota sai viesti Suomesta huokuttelevana matkailumaana. Partneryrityksistä eniten huomiota sai Nokia, yhteisöistä eniten Helsingin kaupunki.</p> <p>Diskurssianalyysin avulla nousi esiin kolme vahvaa ja kaksi heikkoa puhetapaa Suomesta. Vahvoja puhetapoja olivat tulevaisuuspuhe, perinteisen suomalaisuuden puhe ja eksoottiset hullut- puhe. Tulevaisuuspuheessa Suomi esitetään menestyjänä niin kommunikaatioteknologian kuin multimediankin alueella. Perinteisen suomalaisuuden puheessa Suomi liitetään menneisyyteen luonnon korostuessa osana suomalaisuutta. Eksoottiset hullut -puheessa suomalaisten hulluus jakaantuu perinteiseen viina- ja saunahulluuteen sekä uuteen kännykkähulluuteen. Eurooppalaisen Suomen -puhe korostaa Suomea osana Eurooppaa. Luonnon kunnioittajan puheessa Suomesta muodostuu kuva kestävän kehityksen ja luonnonsuojelun mallimaana.</p> <p>Tutkimuksen mukaan Suomi-kuva rakentuu juuri halutuista palasista; Suomesta korostuvat luonto ja tekniikka. Negatiiviset Suomi-kuvan piirteet jäävät vahvojen positiivisten piirteiden varjoon. Suomi on Tomorrow-lehden artikkelia lainaten: Viele Wälder, viele Seen, viele Mücken. Und High Tech?</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords Suomi-kuva - lehdistö - Saksa (ysa) sisällönanalyysi - diskurssianalyysi (ysa)			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			